

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (北陸)	◎	－	－	－
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除され、日を迫うごとに人通りが増えている。とはいえ前々年と比較すると、売上は20%にも満たない悲惨な状況が続いている。
	○	一般小売店〔書籍〕（従業員）	来客数の動き	・来客数が僅かに増えており、周囲の店舗も少しずつ活気付いている。景気は若干だが上向いている。
	○	自動車備品販売店（役員）	来客数の動き	・来客数は前年から減少しているが、主要な単価が上がってきている。車の販売も半導体不足からオプション取付けの遅れにより、納車時期がずれているが、商談や成約件数自体は戻ってきている。客の様子も新型コロナウイルス発生前と変わらないように感じている。
	○	一般レストラン（統括）	お客様の様子	・当地は6月13日までまん延防止等重点措置期間であったが、解除後、平日のランチタイムや休日は人の動きが活発化し始めている。この状況を維持でき、今後ワクチン接種が進めば、新型コロナウイルス発生前までには戻らないものの、比較的、消費者が外出し、行動する世の中に戻ると期待している。
	○	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・客は動いているし、受注高も戻りつつあるが、1物件当たりの単価及び利益率が下がってきている。
	□	一般小売店〔鮮魚〕（役員）	販売量の動き	・まん延防止等重点措置は一応解除されたので、飲食店は一様にこれで客が戻ると期待していたが、実際にはそれほどの戻りはみられない。
	□	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・外出や旅行に関連する衣料品やバッグなどの雑貨、更にビジネス関連の商品は引き続き苦戦している。一方、食品や美容と健康関連、目新しい催事などにはコロナ禍とは思えないくらい人が集中している。依然として財布のひもは固く購入に慎重ではあるが、一定の購入はある。実感としては、まだまだ苦戦が続いているが、店舗全体でみると、底を打ってきた感じがある。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・高単価商品の動きが良いのは、旅行や外食などほかに使えないためだと考える。
	□	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・特売商品の動きは良いが、定番商品の動きが悪い。また、今まで以上に割引商品の動きが早い。
	□	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・地域限定での電子決済キャンペーンの影響で販売量、単価共に大きく伸びている。一時的なキャンペーンのため、反動を懸念している。
	□	コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数が変わらない。
	□	コンビニ（店長）	お客様の様子	・近隣での道路工事の影響で、数日間は一時的に来客数が増えたが、1か月単位で考えた場合、景気の上向きを感じるほどの数字にはならなかった。季節の変動指数をみても、景気が良くなったというまでの来客数ではないので、変わらないと考える。ただ、今年は例年と比べて雨が少なく、本来であれば来客数、売上共に上がってもおかしくないところだが、平均売上額が例年と変わらないことから、景気自体は余り良くないのかと考えるところでもある。
	□	コンビニ（営業）	販売量の動き	・販売高が顕著な動きでなく、前々年と比較しても厳しい状況が継続している。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・ワクチン接種は増えているが、新型コロナウイルスに感染する懸念が払拭されたわけではなく、客も来店に消極的にならざるを得ない。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・ワクチンの接種が進んできているが、感染者数が増え始めているということで、なかなかコロナ禍以前の状態には戻らない。	
□	家電量販店（店長）	販売量の動き	・東京オリンピック開催前でテレビや録画機器などに期待していたが、平年と変わらない。	

□	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・車検など整備部門の売上は変わらずに進んでいるが、車両販売量が増えずに苦戦している。コロナ禍でイベント等ができないまま何か月も営業展開をしていることが販売量に影響しているとみている。
□	乗用車販売店 (役員)	それ以外	・県内において新型コロナウイルス感染症の新規感染者数が減少しており、経済活動も徐々に再開に向け動いている。しかし、東京オリンピック開催による悪影響への懸念があり、再び自粛状態に戻ることも考えられ、年内一杯は厳しい状況と考える。
□	その他専門店 [酒] (経営者)	販売量の動き	・とにかく暇である。県で緊急事態宣言が発出され、Go To Eat キャンペーンの発券が中止となり、この先どうなることかという感じである。
□	一般レストラン (店長)	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除になったが、人出はさほど変わらない。
□	観光型旅館 (経営者)	来客数の動き	・6月は県内小学生の修学旅行が8校で550名程度あったが、個人客の宿泊が少なく、約2000名の宿泊客数である。前々年比の約25%である。
□	観光型旅館 (スタッフ)	来客数の動き	・前々年と比較すると31%の売上状況である。
□	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・まん延防止等重点措置の適用が終わっても、首都圏で新型コロナウイルスの感染再拡大に対する懸念が大きく、客の戻りを感じられない。
□	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・純粹な個人旅行、団体旅行共にほぼ皆無である。唯一動きがあるのは出張の一部のみである。
□	通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・店内で販売が伸びない分、外に打って出る販売を行っているため、販売数に余り影響が出ていない。
□	その他レジャー施設 [スポーツクラブ] (総支配人)	お客様の様子	・県内の新型コロナウイルスの発生状況に左右されている。感染者が少なくなったと思ったら、クラスターが発生するなど、皆前向きにはなり切れない様子が伝わってきて、会員の施設利用、新規の入会や体験等が活発にはならない。
□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・前年の契約高に比べ1割以上アップしている。業界全体としては伸びていないが、土地と建物をセットにした販売方法が磨かれてきたとみている。また、新規分譲地の販売が順調に進んでいることも相乗効果となり、良い傾向である。
□	住宅販売会社 (営業)	お客様の様子	・客全体の動きについて、積極性は感じないものの、完全に低調という感じでもない。ここ数か月同様な傾向が続いている。
▲	商店街 (代表者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの終息傾向がなかなかみえない。ワクチン接種が進めば良くなるとの期待があるものの、いつになったらワクチンが行き渡るのか、先が見えない。政府の方針も徹底しておらず、経済ロスは計りしれない。中心商店街は、人が来て初めて商売が成立するものだが、不安のなかでの方針決めはなかなか難しい。
▲	一般小売店 [精肉] (店長)	来客数の動き	・ギフトは前年並みで来ているが、Web受注が増えていることから来客数が少なく、その分デイリーの売上が少なくなっている。
▲	一般小売店 [事務用品] (店長)	来客数の動き	・コロナ禍で買物に外出することが少なく、通信販売などを利用しているため、来客数の動きがやや悪くなっている。
▲	百貨店 (販売促進担当)	来客数の動き	・首都圏等の緊急事態宣言が出ると来客数に影響が出始める。また、前年は特別定額給付金の給付があり、高額寝具やブランド財布等の買上があったが、今年は買物に対してシビアな傾向が強いとみている。アパレルは依然として厳しい状況が続く。
▲	スーパー (店舗管理)	来客数の動き	・流動客が依然として増加傾向である。生鮮食品はこの店、加工食品はドラッグストア、更にポイント付与日にはこの店など、すみ分けが一層激化している。そのため高齢者の構成比が高まり、客単価が上がらない傾向にある。
▲	コンビニ (店舗管理)	来客数の動き	・駅前の再開発による周辺人口の減少によって、駅前にある店舗の来客数が大幅に前々年を割っている。もちろん新型コロナウイルス第4波の影響も大きい。

	▲	家電量販店（本部）	販売量の動き	・前年と比較して暑くなく、特別定額給付金がないので、全体的に厳しい状況である。
	▲	スナック（経営者）	来客数の動き	・ボーナス月に入ってきたが、決まった人だけが来店し、常連客がなかなか戻ってこない状態で不安を隠せない。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・6月半ばに、まん延防止等重点措置が1か月ぶりに解除になり、酒の提供もできるようになって少しずつ人出が増えてきている。しかし、まだ大半の人は警戒し、酒を飲みに行中に出てこないようである。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・ここ3か月以内で中堅のタクシー会社が2社廃業したが、その分の客が増えたという感じはしない。
	▲	通信会社（役員）	販売量の動き	・通信、放送共に獲得契約者数が前年同期比で約10%減少しており、若干落ち込んでいる。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・当地では取りまかしていた新型コロナウイルスの感染者数が、10日ほど前から歓楽街を中心に大幅に増えてきており、商店街への人の流れも少なくなってきている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・ウッドショックによる木材の高騰で、資材確保が難しくなると考える。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・再び感染が拡大してきたこともあり、平日の人出は極端に減ってきたが、車の通行量が多いようにみえる。出掛けはするが、短時間で用を済ませるといった傾向のようである。
	×	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・中旬にまん延防止等重点措置が解除されたにもかかわらず、依然として外出自粛の傾向が続いていて来客数が減っている。お中元の受注はWebで大幅に伸びているが、ギフトセンターは閑散とした状態が続いている。クリアランスセールも前年割れとなっている。
	×	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・今月に入り消費の動きが急速に変化している。前月と比較しても来客数、販売数共に落ち込みをみせている。
	×	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	販売量の動き	・県内外の新型コロナウイルス感染者数の増加傾向に伴い、来客数の伸び悩みが月を通して継続している。夏物商材の購買動向は、前年は臨時休業明けの反動で増加がみられたが、今年は気温も平年並みが続き売上の山場はなく、月を通して落ち着いたものとなっている。
	×	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除され、飲食店に対する酒類の提供自粛や20時までの時短営業も解かれたが、客足は通常の6割ほどまでしか回復していない。
	×	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・大都市部での緊急事態宣言の延長や、まん延防止等重点措置の適用などにより、6月の客の動きは前年同月と比べても、3か月前と比べても非常に厳しく、ほぼ休業に近い状態である。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—	—
	○	食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍のもと、年明け2月頃までは外食向けを中心に業務用商品が大幅に前年割れで推移していたが、ほぼ一巡した3月以降は逆に業務用が大幅に前年超えで推移し始めている。業務用でもテイクアウト需要向けの商材が好調の要因となっている。
	○	一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・緩やかではあるが受注量が増えてきている。
	○	精密機械器具製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・ここ2～3か月の国内販売については、ほぼ新型コロナウイルス発生以前の状況に戻つつあるが、欧米やアジアでの海外販売については、むしろ完全に前々年同期の販売を上回る状況になってきている。
	○	建設業（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染者数が東京では1日700人を超え、第5波といわれているが、北陸3県ではゼロの日もあり、3か月前と比べたら業種間の差はあるが全体的にやや良くなっていると感じる。

	○	税理士（所長）	取引先の様子	・客の様子では、6月の収益は3～4月と比べてかなり回復してきている。新型コロナウイルス発生以前に戻りつつあるようである。建設業関係も順調である。製造業も大分需要が戻ってきている。不安定なのは住宅関連業種で、ウッドショックによって非常に厳しくなっている。工事が赤字になったり新しい受注を取れなかったりする心配があり、今後が不安だが、6月現在は以前より良くなっている状況だと認識している。
	□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量や販売量は変わらず推移している。
	□	プラスチック製品製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染及び自動車業界の半導体不足の影響が継続しており、今一つ回復に力強さが欠ける状況が続いている。
	□	輸送業（役員）	取引先の様子	・コロナ禍で全体的な荷動きがまだ悪い。
	□	輸送業（管理会計担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染者数が減少しない状況は続いており、物流業界においてはネット通販等のB to Cは比較的堅調に推移しているが、企業間物流の荷動きの戻りは鈍い状況が継続している。
	□	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言解除後の3月以降は上向きになったものの、現在と比較すると同程度の受注量で推移している。業種にもよるが急激な増加もなく、現在は落ち着いている状況とみている。
	□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業者からは、景気が良いという話を余り聞かない。
	□	司法書士	取引先の様子	・定時株主総会における役員報酬が前年より減額されている会社が多い一方、子会社設立や会社分割などの積極的な動きも多い。
	▲	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・取引件数や取引額が減少している。
	×	金融業（融資担当）	取引先の様子	・緊急事態宣言の延長により自粛ムードが継続している。取引先の業況は前年同期比では改善しているものの、3か月前との比較では業況回復が確認できない。
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—	—
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・今まで利用してなかったような新規の会社から求人が増えているように感じる。
	□	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・求人数は依然として伸びない。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求職者は徐々に増えているものの、求人数や成約数は、ほぼ横ばいである。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業）	周辺企業の様子	・企業の様子が変わっていない。新しい動きもない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・ここ数か月、求人の動きに大きな変化はなく、活発な動きは感じられない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・新規求人が減少のまま停滞している状況にある。紹介案件の求人が少ないので、マッチングも更に厳しい。
	▲	求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・求人数が減っている。
	×	—	—	—